

# 提信心·释潜力·通梗阻·畅循环

## 促消费 20 条政策措施观察

### 稳字当头看开局

新华社记者王雨萧、潘洁、安荷

消费是经济增长的重要引擎，也是人民对美好生活需要的直接体现。

国务院办公厅近日印发《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，聚焦促消费提出 5 方面 20 条政策举措。当前出台这份文件的背景和考虑是什么？20 条政策举措将如何为提振消费“把脉支招”？

### 综合施策助力提振消费信心

今年前两个月，全国社会消费品零售总额同比增长 6.7%。但受近期国内疫情多发影响，3 月社零总额同比由增长转为下降，消费信心不振，复苏进一步承压。

此次意见可谓一场“及时雨”，5 方面 20 条政策举措聚焦促消费，其中摆在首要位置的就是“应对疫情影响，促进消费有序恢复发展”。

稳住市场主体，才能保就业、稳收入，进而为促消费提供坚实支撑。此次意见专门提出“鼓励地方加大帮扶力度，支持各地区结合实际依法出台税费减免等措施”“对承租非国有房屋的服务业小微企业和个体工商户给予适当帮扶”等一系列举措，助力市场主体渡过难关。

## 近十年我国净增一亿市场主体

据新华社北京 4 月 26 日电(记者赵文君) 26 日是第 22 个世界知识产权日。最新权威报告显示，得益于中国知识产权保护显著增强和营商环境优化持续发力，近 10 年中国净增 1 亿市场主体。

在 26 日举行的国新办新闻发布会上，全国打击侵权假冒工作领导小组办公室发布了《中国知识产权保护与营商环境新进展报告(2021)》，全面呈现了 2021 年中国保护知识产权工作新成效、优化营商环境工作新进展以及国际交流合作新举措等内容。

全国打击侵权假冒工作领导小组办公室主任、市场监管总局副局长甘霖在当日的新闻发布会上表示，中国政府保护知识产权、打击侵权假冒工作的不懈努力，为建设创新型国家、推动高质量发展、促进世界科技进步、助力全球经济复苏发挥了积极作用，获得了国际社会的肯定与赞誉。

如中国欧盟商会发布的 2021 年商业信心调查显示，半数以上受访企业认为中国知识产权保护力度“足够好”“非常好”，这在历次调查中尚属首次。

报告指出，中国商事制度改革加大力度，市场竞争公平度进一步增强，激发各类市场主体的创新动力和发展活力。2021 年，中国市场主体已突破 1.5 亿户，企业活跃度保持在 70% 左右。近年来，中国民营企业税收贡献占比超过 55%，出口占比超过 55%，投资占比超过 60%，发明创新占比超过 70%。

据统计，2021 年国外申请人在华取得发明专利授权 11 万件，同比增长 23%；商标注册 19.4 万件，同比增长 5.2%。其中，美国申请人在华发明专利授权、商标注册数量分别增长 32.1% 和 17.3%。

对此，美中贸易全国委员会发布的 2021 年中国商业环境调查报告显示，95% 的受访公司在中国持续保持盈利，74% 的受访公司将中国作为其全球战略最重要的国家或前五位的重点国家之一。

本轮疫情点多、面广、频发，不仅对市场主体造成冲击，也给重要民生商品保供稳价带来一定压力。

“在各大中城市科学规划建设一批集仓储、分拣、加工、包装等功能于一体的城郊大仓基地，确保应急状况下及时就近调运生活物资”“落实好粮油肉蛋奶果蔬和大宗商品等保供稳价措施”……意见对做好基本消费品保供稳价进行多项部署。

专家表示，20 条政策措施出台释放出提振市场信心的积极信号，有助于鼓励各地充分挖掘消费潜力，助力经济稳增长。

目前，各地也在纷纷发力，一系列稳主体、保供应、促消费的政策密集出台——辽宁提出 35 条帮扶措施，帮助服务业企业恢复发展；北京要求大型连锁超市、生鲜电商平台等重点保供企业加大备货量，并延长营业时间；重庆出台 19 条措施促消费；云南将发放 3 亿元文旅消费“大礼包”……

“必须认识到，当前消费回落并非趋势性变化，随着疫情得到有效管控，消费增长也会逐渐回归正常轨道。”中国宏观经济研究院研究员李清彬说。

### 以供给升级创造消费新增长点

促进供给侧提质升级，以有效供给拉动需求，是满足人民美好生活需要、创造消费新增长点的核心。此次意见在聚焦提振当前消费的同时，也从供给侧提出系列要求，着力稳住消费基本盘。

“更加适销对路的商品，有利于促进内需潜力进一步释放。”中国宏观经济研究院研究员王蕴说，意见提出鼓励发展反向定制(C2M)和个性化设计、柔性化生产等内容，是推进实物消费提质升级的有效举措。

近年来，随着国内消费升级步伐加快，中国老百姓在医疗、健康、旅游、职业教育、文化信息产业等服务领域的消费需求持续扩大。

“眼下受疫情影响，餐饮、旅游等接触性聚集性消费受到明显冲击，要尽快将餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输等特困行业纾困政策落实到位，有条件的地方可以加大帮扶力度。”李清彬说。

扩大有效投资，是扩内需稳增长的重要发力点。意见提出，统筹利用现有财政资金渠道，支持消费相关基础设施和服务保障能力建设，符合条件的项目可纳入地方政府专项债券支持范围，更好以投资带消费。

“发挥重大项目牵引和政府投资撬动作用，将推动供给提升，创造消费新增长点，有利于国内市场潜力进一步释放。”国务院发展研究中心宏观经济研究部研究员张立群说。

### 为消费潜力释放“通梗阻”“畅循环”

立足当下，着眼长远。只有破除堵点卡点和障碍壁垒，消费潜力才能更好释放，经济运行才能循环顺畅，“气血充盈”。

聚焦健全消费品流通体系、破除限制消

费障碍壁垒等方面，意见提出一系列政策举措，紧盯短期消费恢复增长和长期持续发展的痛点堵点。

“系列举措针对性很强，关键要不折不扣落实到位。”王蕴认为，从当下看，消费恢复增长需要更畅通的流通环境，而通过改革破除制约消费的障碍壁垒，既利于当前，又利于长远。

培养农村消费市场，是进一步挖掘消费潜力的新空间。

近年来，下沉市场在中国消费版图中逐渐崛起：据中国汽车工业协会统计，我国农村地区约有 600 万低速车客户，是新能源汽车下乡的潜在客户；去年“双 11”京东来自下沉市场的新用户占比超 77%；主攻下沉市场的苏宁易购零售云已达到 11000 家，覆盖全国上万乡镇……

“农村消费近几年保持快速增长势头，但仍存在许多制约消费潜力释放的因素。”中国贸促会研究院副院长赵萍说，要完善县域商业体系，加强电商平台赋能作用，优化农村消费供给，进一步促进农村消费潜力释放。

从更长远维度看，扩大消费需求，核心是增加消费主体的收入。

对此，李清彬表示，激发消费潜力，最根本是要通过稳就业、增收提高消费能力，让人们“能消费”；要逐步提升公共服务覆盖面和水平，解决群众后顾之忧，让人们“敢消费”；还要顺应消费升级趋势，提升产品和服务质量，让人们“愿消费”。

新华社北京 4 月 26 日电

## 浙江湖州：发放蚕种 开养春蚕



近日，浙江省湖州市开始陆续向 7 万户养蚕农户及蚕桑合作社发放蚕种。今年湖州市的春蚕饲养量预计在 3.3 万张左右，总产蚕茧预计约 2000 吨。浙江省湖州市是我国重要的蚕桑产地之一，有着悠久的蚕桑生产历史，种桑养蚕成为农户致富增收的重要途径之一。

新华社发(伊凡摄)



▲ 4 月 26 日，在湖州市南浔区菱湖镇射中村，养蚕农户在蚕种外围铺匀焦糠层，以保持新鲜化出的蚕宝宝，并保持蚕室干燥。

▲ 用鹅毛将蚕种铺匀。

▲ 将包好遮光纸的蚕种放入恒温室孵化。



## 超 3000 个高速公路服务区已建充换电设施

新华社北京 4 月 26 日电(记者叶昊鸣) 驾驶新能源车出行离不开充换电基础设施。交通运输部公路局副局长周荣峰 26 日说，目前全国已有 3102 个高速公路服务区建设了充换电基础设施，共建成充电桩约 13374 个。

在交通运输部当日举行的例行新闻发布

会上，周荣峰介绍，目前全国高速公路沿线已建成的充换电基础设施，主要集中在京津冀、长三角、珠三角等东部地区，西部及东北地区覆盖率相对较低。与新能源汽车的迅猛发展相比，公路沿线充电设施确实存在发展滞后，设置量不够、覆盖面不足等问题。

周荣峰表示，今年交通运输部将加快推

进公路沿线充电基础设施建设，加快形成“固定充电设施为主体，移动充电设施为补充”的公路沿线充电设施网络。近期，交通运输部已会同国家能源局等部门，研究起草了加快推进公路沿线充电基础设施建设行动方案。目前，行动方案正在征求各地意见。

## 变废为宝！家电收旧焕新潮活动启动

团主席刘秀敏在启动式上表示，协会主办此次活动就是组织家电生产企业、销售渠道商等开展多种活动，提供实在优惠、推出众多新品，让回收故障率高、返修率高、超期服役和用户要求回收的家电产品得到妥善处置，从而进一步促进家电更新消费，满足人民美好生活需要。

协会焕新潮工作组秘书长曾爱群介绍，截至目前，活动已得到海尔、美的、方太、老板等家电生产企业以及苏宁等家电销售企业的积极参与。除了发放优惠券、提高补贴额度，参与企业还将备齐畅销型号、做好新品首发。

作为此次焕新潮惠民活动首家服务示范企业，海尔智家中国区零售总经理徐志博表示，活动期间，用户可通过线上、线下多种方式获得以旧换新补贴并享受相关立减，公司还会为用户提供家电清洗、送装一体、免费量房等惠民服务。

我国是家电消费大国，家电市场总体规模达 8800 多亿元。随着低碳化、绿色化、智能化成为家电消费新趋势，家电以旧换新消费市场潜力巨大，今年政府工作报告更是明确提出“鼓励地方开展绿色智能家电下乡和以旧换新”。

对此，刘秀敏表示，焕新潮活动以智能制造、智慧场景、智享服务为目标，通过收旧换新把更多新技术、高品质、好服务的家电产品让利给消费者，有助于重构用户群体、重构品牌格局、重构家电产业生态。

为贯彻落实国家相关政策要求，中国家用电器服务维修协会自 2009 年已连续 13 年在行业开展和推进家电以旧换新、汰旧换新、废旧回收等工作。此次活动以“扩内需高质量 新潮流 树标杆”为主题，计划用三到五年甚至更长时间在全社会倡导消费升级、推动绿色消费。

## 走进市场主体

新华社记者屈凌燕、林光耀

被称为“世界超市”的浙江义乌，每一家商户都是这个全球最大小商品批发市场的一个小细胞。面对全球疫情和复杂环境的压力，义乌市场商户“慧港家纺”坚持创新，坚信市场对好产品和新产品的需求不会变；采购商来不了，就主动出击布局多元市场。就是这个小小细胞的开拓与创新，汇聚成市场的活力、外贸的动力。

### 疾风知劲草，我们就是劲草

义乌国际商贸城五区二楼家纺区显得有点冷清，由于海外采购商来不了，部分商户缩短了营业时间。二楼 61246 号商铺慧港家纺内，各式地毯整齐悬挂，不同绒面的床上用品码放得井井有条。店主陈芳芳和往常一样整理着店内的样品，不时要求拍照或发视频给海外采购商。

“这是这一季的新品仿兔毛地毯，仿皮革面料做地毯是一种创新，它有兔毛柔软的手感，又是对动物友好的。”粉色的地毯被陈芳芳的双手温柔地拂过，隔着屏幕仿佛可以感受到温暖细腻的触感。转角，她拉出一条长长的桌旗，“这个采用了数码印花技术，保证织物正反两面花型和颜色统一。”不同国家的客户会关注产品的不同信息，上千个品类的样品在陈芳芳心里如数家珍。

义乌拥有全球最大的小商品市场，南来北往的国内外采购商在此“买全球”。慧港家纺的工厂建在江苏南通，外贸商铺设在浙江义乌，货物则主要从上海和宁波港出海。

“国际贸易变难了，但我们各地有近百名员工，不能‘躺平’。有句老话‘疾风知劲草’，我们就是劲草。”陈芳芳说，疫情以来遇到诸多困难，客户失联货款要不回，运费上涨舱位难求，各种成本增大。然而，慧港家纺每季上新的频率反倒加快了，并主动出击拓展海外新市场。

得益于主动应对和积极创新，慧港家纺今年一季度订单完成量仍与去年持平。

### 采购商来不了，我们就主动出击

“我们希望老客户随时能找到我们，也希望新客户不会错过我们。”一方面慧港家纺坚持运营好义乌国际商贸城实体商铺，另一方面也在积极拓展海外市场网络。陈芳芳认为，依靠中国制造的红利，义乌商户等订单就能赚钱的“坐商”传统思路一定要改变，必须主动走出去开拓市场。

陈芳芳指着桌上小小的地球仪告诉记者，疫情之下有的市场复苏快一点，有的市场复苏慢一点，通过多元化市场，产品总能找到需求客户。比如疫情导致中东市场销量下降了，但是义乌商户敏锐地发现南美市场复苏强劲，“消费者兜里有钱了，就看你的产品有没有竞争力。”

“疫情之下，不能坐等市场变化，海外采购商来不了怎么办？那我们就主动出击。”依托浙江丰富的海外侨商资源，慧港家纺计划每年开辟 5 个国家和地区的海外新市场，在当地物色有实力的地区总代理，调研和掌握目标市场需求并建立营销网络。今年一季度已经有意向在波兰、意大利设立总代理。

### 对好产品的需求是永恒的

疫情之下，如何把握住机遇？从法兰绒到棉花绒、牛奶绒，从素色到麻纹、烫金处理，陈芳芳的心得是创新。“不同地区对家纺的审美有差异，但是对于好产品、新产品的需求是永恒的。”她说。

记者看到，商铺里的样品按照各个市场的偏好分门别类展示，比如欧美国家喜欢素色的地毯，在花型上设计空间有限，那就在克重上、手感上进行调整，往高端上走；中东国家和地区喜欢大红大绿三件套，原来产品更新较保守，那就主动升级换代……在原材料方面，各种织布面料如法兰绒、棉花绒、牛奶绒都可以创新应用在抱毯和地毯产品上。

“不管外部有多大困难，在设计、原材料、加工工艺上的创新是企业必须做的本分。”陈芳芳说，企业还在开拓企业定制等利润率更高的产品。

对义乌国际商贸城的商户而言，市场环境的变化带来了经营策略和运营方式的改变，不变的是商户的积极应对和锐意创新。

在疫情冲击下保持活力和韧性，“中国小商品之都”义乌交出了一份怎样的答卷？据海关部门统计，今年 1 至 3 月，义乌市进出口总值达 1062.9 亿元，同比增长 63.9%，占浙江省进出口总值的 9.9%，比重较去年同期上升了 2.4 个百分点。

新华社杭州 4 月 26 日电

## 『海外采购商来不了，我们就主动出击』

『世界超市』义乌一个家纺商户的开拓与创新

新华全媒+

新华社北京 4 月 26 日电(记者邹多) 丢不了、卖不掉，老旧家电如何处理日益令人困扰。为了变废为宝，“百城千万户家电惠民收旧焕新潮”活动 26 日在全国启动，众多家电企业“量身”打造的优质服务和优惠政策将一解用户烦恼。

“唤醒新理念、换来新产品、焕发新生活。”中国家用电器服务维修协会理事长